



# Conheça alguns clientes de sucesso da Machine

Histórias de aplicativos regionais de transporte  
para você se inspirar

# Introdução

Funciona mesmo?

Você está navegando no Facebook e descobre uma empresa de tecnologia que diz ser possível entrar no mercado de aplicativos de transporte sem necessariamente investir milhões de reais.

As especulações logo começam. É golpe? É pirâmide financeira?

É normal recebermos diariamente mensagens de pessoas querendo saber se a Machine realmente funciona. Afinal, sabemos que o mercado de aplicativos de transporte no Brasil é dominado pela Uber. Até mesmo a 99 tem dificuldades de bater de frente com ela.

É o que indicou a pesquisa da Mobile Time que mostrou que 80% das pessoas que usam transporte por app tem a Uber como primeira opção.

No entanto, por todo o país, temos observado o crescimento dos aplicativos regionais. Seus diferenciais e seus fortes estão justamente em atender as cidades de acordo com suas necessidades.

Ao contrário da Uber, que atende em escala global, os apps regionais conseguem dar aos seus passageiros a possibilidade de, por exemplo, escolher opcionais. Ou seja, caso a passageira queira uma motorista mulher, um carro com porta-mala grande ou até mesmo levar seu animal de estimação, é possível filtrar essa opção.

Pelo lado do motorista, os apps regionais conseguem dar a eles condições melhores, sem taxas abusivas ou péssimas condições de trabalho.

Então sim, é possível. Para provar e te ajudar a se inspirar a lançar ou até mesmo apoiar o app da sua região, separamos a história de alguns clientes da Machine.

Confira.



## Servos

Fundada pelo cearense David Rodrigues, a Servos é hoje um dos principais aplicativos de transporte de Fortaleza.

A história do aplicativo começa há cerca de dez anos. Nessa época era moda na capital cearense os "táxis amigos", uma espécie de carona compartilhada. "Fortaleza tinha uma grande demanda, mas a população não tinha dinheiro para andar de táxi, então alguém comprava um celular e espalhava os panfletos nas ruas e a população acabou aderindo", diz David Rodrigues.

A Servos era um dos grupos de táxis amigos. David dirigia para a central de Leopoldo, que hoje é um dos seus sócios. "Começamos no bairro Cidade dos Funcionários, logo em seguida abrimos uma filial em outro bairro, sempre com a cabeça de crescer e se adaptar ao que o mercado apresentava".

No primeiro momento, eles usavam a rádio Nextel para chamar um transporte. Logo chegou a fase dos aplicativos e a necessidade de se adaptar. "Foi quando nós conhecemos a tecnologia da Machine, que veio atendendo nossas necessidades e fomos crescendo".

Para o empresário, um dos maiores desafios é convencer os motoristas-parceiros que a retenção de passageiros não se dá com publicidade e sim com qualidade de serviço.

Além disso, ele recorda que antes da regulamentação dos aplicativos de transporte, havia uma intensa

perseguição por parte da prefeitura. Eles classificavam os aplicativos como transporte clandestino de passageiros. Foi nesse momento que muitas centrais acabaram fechando.

David diz que é notória a força dos aplicativos de transportes regionais, como a Servos. Segundo ele, em Fortaleza havia um mercado consumidor enorme, mas muitas pessoas não tinham condições de pegar um transporte. "Eu vejo uma força muito boa dos aplicativos regionais, pois passam uma questão de confiança, de sentimento, de credibilidade, os clientes querem falar com pessoas, não com um robô".

Ele conta que as pessoas percebem na Servos algo muito humano. "Nós não olhamos para o motorista-parceiro como uma laranja, que sugamos e depois descartamos, e esse é o nosso diferencial".

Os planos da Servos são ambiciosos. Além de aumentar os investimentos em publicidade, o aplicativo pretende sempre multiplicar seus números. "Nós estamos crescendo e aumentando a equipe, por isso nossos planos para o futuro são os melhores possíveis".



## Bora Cariri

A região do Cariri é famosa pela sua festa junina e rapadura. Abriga 11 municípios, sendo Juazeiro do Norte o mais populoso, com pouco mais de 240 mil habitantes.

Em setembro de 2018 a região ganhou mais uma opção de aplicativo de transporte: o Bora Cariri, app regional criado por motoristas da Uber.

Em entrevista ao site Miséria, o coordenador de marketing José Neto explicou a escolha do nome. "Tentamos fazer algo bem regional, se você pergunta a um amigo se ele quer ir a algum lugar, a pessoa certamente responde 'Bora'. Nossa missão é ser a primeira opção do povo do Cariri".

Segundo Gecivânio Oliveira, responsável pelo Bora Cariri, os motoristas de app da cidade estavam reclamando das altas taxas cobradas nas corridas. Foi quando conheceram a possibilidade de desenvolver o próprio aplicativo por meio da Machine.

Ele explica que o então presidente da cooperativa dos motoristas, Cássio Lopes, decidiu fundar um app devido às altas reclamações dos motoristas. "A região de Cariri era muito onerosa na questão de trânsito, as taxas cobradas para os clientes são muito baixas, já as cobradas para os motoristas são muito altas. Nós reclamamos diversas vezes para o aplicativo, mas nada".

A partir dessas reclamações, Gecivânio conta que viu uma boa oportunidade de atuar na região. "A primeira

reunião para criar o aplicativo contou com 30 motoristas e todos acreditaram na ideia, então começamos a trabalhar em junho de 2018 e já em setembro o aplicativo começou a rodar". No primeiro mês, o Bora Cariri alcançou a marca de mais de 10 mil corridas realizadas.

## Rotas Brasil

Carlos Ramon é empresário na área da educação em Porto Velho, capital de Rondônia. Sua escola oferece cursos profissionalizantes dos mais variados tipos. De operador de caixa até produção de games.

Há alguns anos, ele observava o setor de mobilidade urbana como um mercado de alto investimento. "Eu via aqui na minha cidade duas grandes empresas de mobilidade urbana e pensava que era coisa de 500 mil a 1 milhão de reais, algo fora do meu alcance, por isso nem dava muita bola".

No entanto, Carlos conta que durante uma madrugada em que estava mexendo no Facebook, viu que havia uma empresa que desenvolvia apps de transporte, a Machine. "Eu costumo falar para os meus funcionários que as minhas melhores ideias vêm de noite, fico até quatro da manhã se for preciso. Foi esse caso".





Então ele decidiu ir mais a fundo e pesquisar sobre o mercado. “Fiz diversas reuniões com a equipe da Machine antes de fechar o negócio, queria saber se não era furada”.

Ele conta que sabia que a concorrência seria enorme. Afinal, em Porto Velho dois aplicativos disputam a liderança do mercado. Uma multinacional e um app regional. “A princípio, minha ideia não era nem ser a primeira ou a segunda opção de app na cidade, mas sim diversificar os meus negócios”.

Carlos conta que imaginava que era um setor competitivo, mas se surpreendeu com o nível. Por isso, colocou na cabeça que precisava entrar de forma agressiva e competitiva.

“Aplicativo tem muito, eles oferecem preços baixos e tudo mais, mas as pessoas querem algo a mais”.

Foi quando ele decidiu inovar, usando sua escola de ensino profissionalizante para impulsionar o seu novo aplicativo de transporte, o Rotas Brasil. “Conversei com minha esposa e tive a ideia de sermos o primeiro aplicativo do Brasil em que motoristas e passageiros cadastrados ganham um curso profissionalizante gratuito”.

Carlos conta que precisou comprar uma plataforma maior de cursos à distância para atender a demanda, pois suas salas já estavam lotadas. “Assim, as pessoas podem fazer o curso em casa, sem precisar gastar com deslocamento”.

Dessa forma, Carlos impulsionou tanto sua escola quanto seu aplicativo. “Eu tenho 500 alunos do Rotas fazendo um curso gratuito. Quando eles chegam lá, eles descobrem outros 79 cursos e acabam se interessando”.

Carlos conta que quando os alunos estão perto de acabar os cursos, ele convoca uma reunião em que faz uma palestra motivacional e geralmente os alunos acabam comprando novos cursos.

O primeiro emprego de Carlos foi como operador de máquinas pesadas em um batalhão do exército em Porto Velho.

Após sete anos, foi trabalhar em usinas da região. Migrou para o ramo da educação quando se formou em instrutor de máquinas pesadas. “Nessa época uma empresa me chamou para dar aula. Na sétima aula decidi abrir a minha própria escola”.

O modelo do Rotas Brasil busca ser único no país. Segundo o gestor do aplicativo, não há nenhum app que ofereça um benefício parecido aos motoristas e passageiros.

Segundo ele, o app não oferece apenas um curso, mas sim uma oportunidade para melhorar de vida. “O cara faz 15 corridas pelo Rotas e ganha um curso profissionalizante”.

Além disso, todos os alunos ganham carta de recomendação, diplomas chancelados por uma engenheira do trabalho e assessoria para encontrar emprego.



Carlos conta que busca mostrar para os motoristas que fazer uma corrida pelo Rotas Brasil é mais vantajoso.

Para ele, o curso é o principal marketing do aplicativo. No entanto, ele também realiza publicidade na televisão e no Facebook.

Para Carlos, as expectativas para o futuro são as melhores. “Quero crescer (...) vou até o fim em busca do sucesso”.

Hoje o Rotas Brasil já é o terceiro maior aplicativo em números de corrida de Porto Velho.

## Chame Car

Cláudio José da Silva é ex-taxista e hoje gestor de um dos principais apps do interior de São Paulo.

A Chame Car nasceu em setembro de 2018 com pretensões ambiciosas. Em matéria para o portal regional “O imparcial”, na época do lançamento do app a intenção era competir com a multinacional Uber.

O gestor do aplicativo decidiu começar nessa empreitada após notar que os pedidos de táxi estavam caindo. Foi assim que, conversando com outros colegas, decidiu migrar para a “placa branca”. “Rolou muita indignação por parte dos nossos amigos taxistas. Mas para nós foi muito positivo”.

Além de Presidente Prudente, as cidades de Caraguatatuba e Campo Grande já contam com o serviço

da Chame Car. Futuramente, a cidade de Araçatuba também contará com o aplicativo.

Segundo Cláudio, o diferencial do aplicativo é dar atenção tanto para clientes quanto para passageiros. “Você precisa oferecer preços baixos para os passageiros e um custo menor para os motoristas. Na Chame Car, o motorista não paga por corrida, mas sim uma mensalidade. Assim, se ele faz 5 mil reais em um mês, ele só precisa pagar 200 reais de mensalidade e pronto, o resto é dele”.

Em relação à divulgação, o gestor do aplicativo diz que eles investem de tudo um pouco. “Investimos em outdoor, rádio, televisão, panfletagem e parceria com evento (exposições, shows, etc). Se dá para mostrar nossa marca, nós colocamos”.

O gestor considera a recepção de passageiros e motoristas perfeita. “Para uma plataforma que tem nove meses, nós crescemos bastante. Hoje temos em Prudente cerca de 150 motoristas que desistiram da Uber e estão com a gente. Já são uma média de 20 mil corridas solicitadas por mês e a expectativa é crescer ainda mais e expandir para novos locais”.

O aplicativo conta hoje com quatro funcionários para tocar uma central de atendimento 24 horas. “A expectativa agora é crescer e focar na criação de novas filiais, como a de Campo Grande”.



## Buski

Diamantina é uma cidade no interior de Minas Gerais, mais especificamente entre os Vales do Jequitinhonha e Mucuri. Segundo o último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a cidade possui 45.880 habitantes.

Além de ser lar da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Diamantina é conhecida por ser a terra natal do presidente Juscelino Kubitschek e Patrimônio da Humanidade pela Unesco.

Foi nessa pequena cidade turística do interior de Minas, que o empreendedor Diego Margonari de Ávila, de 34 anos, lançou o Buski, app de mobilidade urbana que está fazendo muito sucesso na região.

Dono de uma loja de veículos, Diego há quatro anos voltou às salas de aula para estudar turismo e foi no final do curso que veio a ideia de lançar um app de mobilidade urbana.

Ele conta que quando chegou a hora de fazer seu Trabalho de Conclusão de Curso, sua orientadora deu a ideia de fazer algo que envolvesse transporte, já que ele trabalhava na área. “Nesse dia veio o nome da Uber na mesa e por minha cidade ser patrimônio histórico da humanidade, pensei na hora no benefício que isso traria à população se realmente saísse do papel”.

Assim, o Buski virou realidade. Diego conta que no mês que teve a ideia para lançar o app, o Buski já iniciava suas atividades. “Tinha tanta certeza na visão que tive, que

quando saí da aula com o insight, fiz os contatos necessários, fechei contratos e fiz as divulgações ao meu alcance”.

### **Empreendendo no setor de mobilidade urbana de uma pequena cidade**

Apesar de Diamantina ter menos de 50 mil habitantes, Diego conta que sempre acreditou no potencial de sua cidade. Afinal de contas, a cidade mineira é uma das poucas no mundo com título de patrimônio da humanidade.

Além disso, ele conta que sempre quis fazer algo que facilitasse a vida das pessoas. Por isso, segundo ele, não teria ramo melhor. “Estou em uma cidade universitária, polo de saúde e educação, com potencial enorme em turismo. (...) Tinha tudo para dar certo, manejado de forma correta”.

Atualmente, Diego conta que o aplicativo toma mais seu tempo do que sua loja de veículos. Segundo ele, eles acabaram virando também uma empresa de marketing. Afinal, precisam estar atentos em todos eventos que acontecem na cidade e, assim, impulsionar conteúdo pelas redes sociais e muitos mais.

Além disso, outra estratégia de marketing que o gestor do Buski destaca é o uso de influenciadores locais para dar mais credibilidade ao aplicativo.





**"Temos uma rotina diária de coletar todos os eventos que julgamos serem positivos para divulgação e buscamos a parceria oferecendo nossos serviços e em troca eles incentivam o uso dos nosso app. O investimento nessa parte é pesado, mas necessário!"**

*Diego Margonari de Ávila – Gestor do Buski*

Além do turismo, a cidade se destaca pelo fluxo de estudantes e professores universitários. Por ser uma das principais cidades do Vale do Jequitinhonha, Diamantina acaba recebendo muitas pessoas de outras cidades que vem para estudar ou para tratamentos de saúde.

### **Os desafios de ser um gestor de um app de mobilidade urbana**

Para o gestor do Buski, o mercado de aplicativos surpreendeu em relação ao seus desafios. Ele conta que apesar de ter sido usuário da Uber, não imaginava tanto trabalho e nem os desafios que envolvem esse mercado.

Nesse ponto, ele destaca que a concorrência é realmente desafiadora, mas importante para tirar da zona de conforto e fazer a empresa evoluir cada vez mais. "Com certeza a concorrência é o maior desafio desse mercado. Quando chegamos só tínhamos nós, mas agora estão

aparecendo outros apps. Não conseguimos ver isso como uma coisa ruim".

**"Agora estamos indo além. Com o desafio de outros aplicativos, estamos hoje investindo na marca, de forma que as pessoas criem amor. Tentamos voltar benefícios para a sociedade. Além disso buscamos sempre oferecer descontos em datas especiais e iniciamos agora vistorias nos carros dos motoristas, para que se tenha mais segurança, conforto e prazer no consumo do serviço."**

*Diego Margonari de Ávila – Gestor do Buski*

Para os motoristas, Diego conta que o Buski oferece monitoramento contínuo da plataforma. Além disso, ele revela que estão iniciando um programa de fidelização para motoristas, dando incentivo para quem tiver mais corridas.

### **O futuro do Buski e do mercado de aplicativos de mobilidade urbana**

Agora, Diego diz que o aplicativo pretende investir cada vez mais em fidelização, através de um sistema que se integre com a plataforma do Buski.





“Queremos fazer algo no estilo de pontuação, por exemplo, a cada corrida o motorista ganha um ponto e ao final pode trocar por algum produto”.

Além disso, o gestor do Buski não esconde os planos de expandir o aplicativo até mesmo para o exterior.

Em relação ao futuro tanto do Buski quanto do próprio mercado de aplicativos de mobilidade urbana, Diego é otimista.

“As pessoas precisam sempre ir e vir, esse fluxo não para nunca, mas acredito que aparecerão novamente novas formas disruptivas no mercado, e caberá a nós nos reinventar novamente”.

## Xofer

Apesar da força dos grandes apps de transporte no Brasil, alguns empreendedores estão provando que é possível enfrentar a multinacional norte-americana.

É o caso do professor de direito e advogado Jonas Segundo, um dos sócios-proprietários do aplicativo Xofer, da cidade de Mossoró.

Nascido e criado na cidade potiguar, Jonas conta que suas primeiras experiências nesse mercado eram apenas como cliente. “Nunca imaginei que seria possível entrar no ramo do transporte por aplicativo. Então, um dos meus sócios chegou com a ideia e me mostrou que era possível ter

um aplicativo de transporte, sem necessariamente investir um alto valor”.

O sócio era Alexandre Queiroz, que era motorista de aplicativo em Mossoró. Inicialmente, ele montou o esboço do negócio e levou até Tácio Duarte, seu colega e também motorista na cidade.

Então, os dois começaram a fazer uma pesquisa de mercado e descobriram que era possível ter seu próprio aplicativo de transporte, sem ter que construir uma plataforma tecnológica do zero.

A saída foi contratar uma plataforma de transporte white label, que permite os empreendedores adaptarem um aplicativo já pronto ao seu modelo de negócio.

Os dois colegas entraram em contato com Paulo Medeiros, empresário local e proprietário de uma churrascaria em Mossoró, que aderiu ao projeto.

“Alexandre, Paulo e Tácio começaram o projeto Xofer e me procuraram para tirar dúvidas jurídicas sobre o negócio, foi aí que eu acabei entrando e hoje estamos alcançando excelentes resultados”.

Jonas conta que, inicialmente, o aplicativo se chamaria Chofer com a escrita padrão. No entanto, perceberam que já havia em outros setores muitas empresas com o mesmo nome. “Paulo bolou o nome Xofer com X para nos diferenciarmos e criar algo marcante, foi então que desenvolvemos a logo e hoje possuímos uma marca bem forte”.





Da ideia até o início da operação foram cerca de 3 meses, estudando o mercado, começando a divulgação, arrumando uma sede e iniciando a conversa com os motoristas. “Esse tempo foi muito importante, pois quando iniciamos já tínhamos uma parceira com muitos motoristas”.

Segundo Jonas, o sucesso do Xofer se justifica pela atenção individual que a empresa dá a cada motorista e passageiro. “As concorrentes multinacionais não conseguem ter esse atendimento, no Xofer, o motorista ou passageiro que tem algum problema consegue se comunicar com a diretoria de forma direta”.

O gestor do Xofer também destaca que a empresa tem muita preocupação com o bem-estar do motorista. “Eles fazem o negócio acontecer. Por isso, no nosso aplicativo eles tem uma atenção e uma lucratividade diferenciada”.

Para Jonas, os motoristas tem com a direção do aplicativo uma relação de cumplicidade. “Eles têm uma participação ativa no aplicativo, podem trazer sugestões e fazer reclamações. Eles se sentem integrantes da equipe Xofer, o que não é possível nas grandes multinacionais, onde tudo ocorre de forma mais impessoal”.

Já com os passageiros, Jonas conta que inicialmente o Xofer buscou atrair oferecendo preços mais baixos do que da concorrência. No entanto, atualmente essa estratégia mudou. “Nosso preço não é o mais barato do mercado,

mas nosso diferencial é no atendimento que nossos parceiros prestam”.

Jonas explica que os desafios de entrar no mercado de transporte por aplicativo são muitos. Além da concorrência com as multinacionais, que investem pensando em marketing e tecnologia, ele aponta que seu principal desafio como gestor é equilibrar os interesses de motoristas e passageiros.

“A gente nunca pode desequilibrar essa balança, ou seja, nem dar sempre preferência para os passageiros e nem sempre dar preferência para os motoristas. Essa linha é muito tênue, às vezes pisamos fora, mas temos que sempre ter em mente de retornar para esse equilíbrio”.

Para o gestor do Xofer, sua principal surpresa ao entrar no mercado foi perceber que há espaço para outros aplicativos.

Ele conta que imaginava que pelo poderio econômico da multinacional norte-americana, ela dominaria por completo o mercado de transporte por aplicativo.

“Hoje, com um ano e quatro meses de atuação, visualizamos o tamanho desse mercado. Tanto que nossos números de corridas, que já eram altos no início, estão cada vez maiores, mesmo com a concorrência”.

Ele destaca que um aplicativo de transporte regional consegue atacar pontos chaves da sociedade, como



permitir uma melhor distribuição de renda no local e uma melhoria na mobilidade urbana do município.

**"Vários pais de família, que estavam longe do mercado devido à crise que atingiu nossa região, puderam ter uma renda para manter suas casas graças ao nosso aplicativo. Além disso, conseguimos locomover pessoas que tinham dificuldade para fazer seu lazer ou ir até uma consulta médica, pois os preços eram inacessíveis ou era um serviço desconfortável."**

*Jonas Segundo – sócio-proprietário do Xofer*

Em relação ao marketing do aplicativo, Jonas destaca que o Xofer realiza muita divulgação em universidades e festas de estudantes. "Hoje, nosso principal investimento é com rede social, mas já fizemos rádio e participamos ativamente de eventos na cidade, e realizamos parcerias com barzinhos da cidade".

Para Jonas, o mercado de transporte por aplicativo está em franca ascensão.

Ele destaca que a administração pública já percebeu isso e tem tentado regulamentar, de forma a não impedir que o negócio aconteça. Afinal, acaba resolvendo muitos problemas da sociedade.

"Para a nossa empresa, vejo que temos condições para crescer ainda mais, tomando conta do mercado da nossa região, expandindo para outras cidades e conquistando uma fatia significativa desse setor".

## Aplicativo Xis

Na contra mão dos apps multinacionais, o aplicativo Xis, que atua na cidade paulista de Lins, vem ganhando força, apostando em uma boa relação com os motoristas.

Segundo o responsável pelo aplicativo, Ademar Silva, o app está alcançando resultados muito satisfatórios na cidade, impulsionado pela atuação dos motoristas.

Para Ademar, os motorista que dirigem pelo app não são apenas "motoristas de aplicativo", mas motoristas Xis. "É fácil entender a importância de cada um deles. Nós da Xis só usamos a tecnologia que a Machine disponibiliza para colocar eles em contato com os passageiros. O resto é tudo com eles".





**"Oferecemos condições melhores tanto para passageiros quanto para os motoristas. Para os passageiros temos a proximidade (...) nossa equipe está preparada para responder qualquer dúvida dos passageiros em até 5 minutos. Já o motorista, eu cuido pessoalmente, respondendo qualquer questão dele em até um minuto."**

*Ademar Silva – sócio-proprietário do Xis*

Além disso, o responsável pela Xis destaca as taxas cobradas. "O que nós oferecemos de taxa é muito baixa. As empresas como a Xis, que se propuserem a fazer isso, vão ser fortes concorrentes da Uber. Creio que vamos conquistar 50% desse mercado em até três anos".

Para o passageiro, Ademar explica que o app oferece o mesmo serviço com preço igual ou menor às gigantes do mercado. Além disso, a empresa busca abrir as portas da sede do aplicativo Xis. "Nossa tendência é ter um escritório em cada cidade que vamos atuar. Ao motorista, disponibilizamos taxas insignificantes ao ganho que ele tem diário. Hoje, um motorista de um grande app, faz 500 reais para sobrar 350. O motorista Xis faz 500 reais e sobram 500 reais".

Segundo Ademar, não existem aspectos específicos da cidade que explicam o sucesso do app regional. "O que

leva o sucesso de um aplicativo de transporte é a seriedade e dedicação que a gente emprega. Em qualquer cidade é possível obter o sucesso que obtivemos em Lins. Para o sucesso do aplicativo você precisa respeitar a seguinte situação: qualidade no atendimento acima de tudo e ficar de olho em quantos motoristas cabem na cidade."

Ademar destaca que é importante, antes de ativar novos motoristas para dirigir pelo aplicativo, ficar de olho na relação de chamadas perdidas.

Ele revela que o Xis está com uma lista considerável de motoristas pedindo ativação. No entanto, ele não quer colocar mais pessoas para dentro se isso for atingir os ganhos do motorista. "Não podemos diminuir os ganhos dos motoristas, mas também não posso deixar um passageiro na mão, independente do horário".

"Só ativamos motoristas novos quando perdemos uma chamada. Quando isso acontece, ativamos meia dúzia de motoristas para não perdermos passageiros por falta de carro. Isso está pactuado entre a Xis e os motoristas da cidade de Lins."

Ao analisar o mercado de apps de transporte regional, Ademar enxerga que estar perto de clientes e motoristas é imprescindível na concorrência com as multinacionais.

"Os passageiros e motoristas se sentem mais seguros. É diferente da relação com a Uber. Nós estamos muito



próximos (...) se um motorista tem uma dor de dente estamos lá”.

Para Ademar, os principais desafios de um responsável por um app de transporte é buscar outras cidades e mesmo assim manter o nível de excelência. “Hoje estamos estáveis em Lins, com uma clientela fixa. Agora é manter e buscar novos lugares com um atendimento de primeiro mundo e não deixar nenhum passageiro sem carro”.

Ao avaliar o mercado de apps de transporte, Ademar destaca a “juventude” dessa área.

Ele recorda que a Uber, pioneira nesse sistema, está no Brasil há apenas 5 anos. Então, segundo ele, é muito cedo para fazer uma análise mais robusta.

Apesar disso, ele destaca que com a democratização da tecnologia de aplicativos de transporte, novos apps vão surgir. “Vai ter uma guinada muito grande. Nos próximos dois anos vai crescer demais, mas depois vão ficar só os mais preparados”.

Ele explica que o aplicativo Xis busca avançar sem perder a qualidade do atendimento. “Esse é um mercado que não tem limite. Hoje estamos nos fortalecendo no estado de São Paulo, mas depois vamos para outros lugares”.

**"Uma hora pode saturar? Pode, mas aí sobrarão só os melhores. Vamos conquistando os espaços e sei que até mesmo a América Latina está aberta para nós. A possibilidade é infinita. Existe muito espaço. Vamos sonhar, sempre prezando pela qualidade. Bora, bora."**

*Ademar Silva – sócio-proprietário do Xis*





Siga nossas redes sociais

